Annexe 1 : ***Points essentiels à présenter***

Modifications à envisager pour l'institut
➢ -   ➢ -   ➢ -
Les actions commerciales et le marchandisage à mettre en place
➢ -   ➢ -   ➢ -
Risque pour l'institut
➢

Ouvrir un bar à ongles… et si vous vous lanciez ?

Par Muriel Picard

N°642 Novembre 2011

Source :

http://www.nouvelles-esthetiques.com/magazine/novembre-2011/ouvrir-un-bar-a-ongles-et-si-vous-vous-lanciez

Les nails bar, un créneau en plein essor qui tente beaucoup d'entre vous, à juste titre ! Pour gagner ce pari professionnel voici les recettes des spécialistes pour réussir : de l'investissement aux prestations en passant par l'agencement et la formation.

Pour gagner ce nouveau pari professionnel voici les recettes des spécialistes pour réussir et notamment, les conseils de Monique Kraemer, créatrice et fondatrice de l'Institut Laugier, et d'Emmanuelle Muso, conseil en création d'entreprise.

Un «bar à ongles», c'est quoi au juste ? Comme son nom l'indique, un endroit de passage, où l'on entre quand on veut, où l'on reste peu de temps, juste le temps en fait d'une prestation : «Un peu comme dans un bar classique, sauf que l'on n'y consomme pas une boisson mais un soin de beauté pour les mains ou les pieds» précise Monique Kraemer, qui fut l'une des premières à importer des Etats-Unis, dès les années 70, des techniques révolutionnaires pour les ongles.

Ce concept, qui existait déjà depuis plusieurs années Outre-Atlantique, connaît depuis quelques temps un vrai succès en France. Grâce notamment au grand retour des vernis aux couleurs ultramode dans toutes les marques de make-up, à la multiplication des produits fantaisie, paillettes, bijoux, tatoo, etc., pour orner ses ongles, mais aussi parce qu'exhiber des mains et des pieds soignés, et en faire des accessoires de mode à part entière, est une idée qui se démocratise à toute vitesse. Saisie au vol par les 15-20 ans, elle a gagné le coeur de toutes les femmes qui en demandent et... en redemandent ! D'où l'intérêt aujourd'hui de développer cette activité. Mais même s'il s'agit d'un secteur porteur, pas question de se lancer sans mettre toutes les chances de son côté. Voici quelques points à respecter pour transformer votre essai d'entreprise en un véritable succès.

CÔTÉ INVESTISSEMENT, ALLEZ-Y TOUT DOUX ET MISEZ SUR LA QUALITÉ

La première question que tout le monde se pose à l'aube de créer une activité, c'est : «Combien cela va me coûter ?». Au départ, il faut prévoir un budget pour votre formation et ce, même si vous êtes déjà formée à la manucurie classique. En effet, tous les spécialistes du secteur sont unanimes pour vous mettre en garde contre l'amateurisme. Réussir dans le métier de styliste ongulaire passe avant tout par une excellente maîtrise des techniques et des produits spécifiques et tout cela n'a pas grand-chose à voir avec une simple pose de vernis. Même si cette prestation peut vous être régulièrement demandée par vos clientes, ce n'est pas avec elles que vous ferez votre chiffre d'affaires. Alors, vite, cap sur l'un des centres de formation

ouverts par des marques professionnelles spécialisées dans ce secteur. Sachez qu'il faut compter deux à trois semaines pour être au point sur les prestations les plus demandées, de la pose de vernis simple à la pose de gel UV qui est aujourd'hui l'une des prestations phares des instituts spécialisés.

Pour faire votre choix, renseignez-vous sur les différentes propositions, comparez les prix mais surtout ce qui est prévu dans votre formation. Si elle comprend notamment un suivi et une remise à niveau après le stage intensif pour revenir sur des points que vous auriez mal assimilés, c'est un bon point, cela signifie que vous ne serez pas «lâchée» dans la nature et que vous avez en face de vous un bon partenaire. C'est essentiel, d'autant plus qu'il y a fort à parier que vous vous fournirez en partie chez ce même professionnel pour votre matériel. Vous devez avoir confiance dans votre interlocuteur et dans la qualité des gammes qu'il propose. Prenez le temps de vous documenter, allez au Congrès pour rencontrer les marques et faites marcher le «bouche à oreille», c'est une mine de renseignements !

En dehors de cette dépense pour une formation de base (d'autres seront sûrement nécessaires au fil du temps pour vous mettre à niveau et acquérir la maîtrise de nouvelles techniques), prévoyez le matériel pour démarrer votre activité. Certains produits sont assez coûteux et l'addition peut monter assez vite si vous vous laissez tenter mais, selon Monique Kraemer, une première mise de fonds de 1 500 euros peut déjà vous permettre de démarrer votre activité. Reste à trouver le lieu où exercer. Vous vous voyez déjà dans votre propre local ? C'est évidemment l'objectif mais la location d'un pas-de-porte, les frais d'agencement, d'assurances, un éventuel salaire à rajouter au vôtre pour faire tourner votre affaire.... Tout cela prend du temps et exige de constituer un bon dossier pour convaincre la banque de vous suivre. Entre-temps, suggère Emmanuelle Muso, vous pouvez prendre le statut d'auto-entrepreneur. Les démarches sont extrêmement simplifiées (voir les démarches et le mode d'emploi pour travailler avec ce statut sur le site de la Chambre de Commerce, cci.fr) et cela vous permet de proposer vos services dans des instituts ou d'autres lieux d'activité comme vous le verrez plus loin, le tout en étant autonome. Une bonne façon d'acquérir encore plus de maîtrise et de mieux cerner aussi les envies des clientes avant de vous lancer vraiment chez vous.

LE LIEU : CHERCHEZ... LES FEMMES !

Nul besoin d'un grand espace pour créer un «bar à ongles » ! En revanche, la condition essentielle pour voir votre activité décoller rapidement, c'est qu'il soit placé dans un endroit de passage et si possible à haute fréquentation féminine. La galerie marchande ou la rue piétonne s'imposent d'emblée comme le lieu idéal pour s'installer. L'inconvénient, c'est que les locaux commerciaux qui s'y trouvent sont souvent onéreux. Rassurez- vous, ce ne sont pas les seuls endroits gagnants, loin de là.

Quand vous ferez votre recherche, faites aussi une petite étude de marché en gardant en tête un élément important : où sont les endroits où la fréquentation féminine est importante ? Vu sous cet angle, il en existe beaucoup. La proximité d'une crèche, d'une école, d'un marché ou d'une grande surface, est un atout incontestable pour ce genre d'activité. Plus classique mais non moins intéressant : un arrêt de bus, de tram, une station de métro, une gare ou même un feu rouge ! En réfléchissant bien, vous pourrez identifier dans votre ville un grand nombre d'endroits «stratégiques » et mieux cibler votre recherche.

Si vous hésitez encore à vous installer, sachez que l'activité de styliste ongulaire peut aussi très bien s'exercer sous forme d'animations ponctuelles ou plus régulières dans un autre commerce. En effet, nous rappelle Monique Kraemer, on voit de plus en plus fleurir le concept du «corner», petit espace ouvert au coeur d'un magasin et qui propose une prestation complémentaire. Salon de coiffure, boutique de lingerie ou de prêt-à-porter, partout où les femmes se trouvent dans un contexte de féminité et de séduction, elles sont aussi prêtes à craquer pour une pose de vernis ou une autre prestation.

En ce qui concerne le local commercial, étudiez bien sa disposition, tout aussi importante que l'espace disponible. Il vaut mieux privilégier une boutique qui a des possibilités d'aération naturelle (une porte ou une fenêtre arrière pour créer un courant d'air par exemple) afin d'éliminer plus facilement les odeurs des produits pour ongles. De plus, l'idéal est qu'elle soit dotée d'une vraie façade sur la rue, même si elle possède moins de mètres carrés. Car le principe du bar à ongles, c'est d'être bien visible et ultra-accessible pour sauter aux yeux de la cliente potentielle et bien sûr, lui donner envie d'entrer sans rendez-vous...

L'AGENCEMENT : VIVE LA FANTAISIE... ET LA COULEUR !

Et justement, pour donner envie aux femmes d'entrer et de vous confier leurs mains ou leurs pieds, investissez dans une décoration qui «saute aux yeux» afin que depuis la rue et d'un seul regard, toute cliente potentielle soit séduite par l'ambiance qui y règne : tabourets hauts devant un joli bar pour se percher le temps d'une pose de vernis, meubles laqués qui jouent avec la lumière, grands fauteuils baroques ou design mais toujours bien colorés pour le spa des pieds, grands posters sur les murs... «Pas question ici de jouer la discrétion et l'intimité, rappelle Emmanuelle Muso. Nous ne sommes absolument pas sur les critères d'un institut de beauté, où la cliente vient pour se détendre et se faire belle, un secret qu'elle aime bien garder pour elle. Quand une femme a envie de jouer avec ses ongles comme s'il s'agissait d'accessoires de mode, elle est tout à fait prête à assumer et à se montrer. Du coup, les couleurs vives et un esprit déco décontracté sont vos meilleurs atouts pour capter l'attention.» Vous craignez de tomber dans le côté «girly» ? Rassurez-vous, c'est le principe même du bar à ongles, un lieu 100 % féminin par définition qui attire une majorité de jeunes femmes dès quinze ans. Et rien ne vous oblige à voir les choses en rose bonbon ! Des murs et un mobilier clairs, rehaussés de touches toniques comme par exemple, «un mur de vernis de toutes les couleurs qui donne envie de tout essayer» conseille Monique Kraemer, et vous avez toutes les chances de plaire de 7 à 77 ans.

LES PRESTATIONS : INNOVEZ ET SURPRENEZ

Vous l'aurez compris, le bar à ongles est un endroit de libre passage. Mais même si vous êtes installée dans un endroit à forte fréquentation qui génère une nouvelle clientèle chaque jour, la réussite de votre entreprise repose aussi sur la fidélisation. En un mot, toute femme qui est entrée une fois dans votre bar doit avoir envie de revenir. Et elle ne le fera qu'à deux conditions : si elle est satisfaite de la prestation demandée et si elle est fortement tentée g Pas question de jouer ici sur la discrétion et l'intimité !

Un bar dans un institut : une bonne idée ?

Une option qui peut se révéler payante, mais à quelques conditions. En effet, l'esprit du «bar à ongles» qui est un lieu très ouvert, généralement assez bruyant et remuant, est assez éloigné de l'ambiance d'un institut où la clientèle vient chercher la détente et le bien-être donc le calme. Pour réussir ce mixte sans décourager l'une ou l'autre clientèle, on peut ouvrir un «corner ongles» dans l'espace réception de l'institut explique Monique Kraemer, mais il faut que celui-ci ne soit pas trop exigu, et en même temps qu'il soit visible de l'extérieur. En outre, les cabines de soin, en dehors de celles réservées à l'épilation, doivent être éloignées et bien insonorisées pour préserver cette bulle de calme si précieuse.

Enfin, il faut une prothésiste dédiée à cet espace pour répondre au pied levé à toutes les demandes. Si ces conditions ne sont pas réunies, rien ne vous empêche de créer un «corner» avec une exposition de vernis de toutes les couleurs qui sera dans ce cas, réservé à votre clientèle habituelle pour une pose de vernis express après un soin ou des prestations plus techniques mais uniquement sur rendez-vous. Votre cliente vous jugera parce qu'elle a vu d'autres prestations. D'où l'intérêt d'un espace pas trop vaste et bien ouvert !

Mais en bonne commerçante, vous devez aussi faire preuve d'imagination pour la surprendre et la séduire. Mettre en pratique quelques règles simples de marketing, journées à thème, promotions, opérations spéciales, primes de fidélité, c'est classique mais toujours payant. Mais dans ce job, la clé du succès est d'être toujours au top de la dernière tendance. «Pour trouver de nouvelles idées, visionnez les défilés de mode sur Internet, feuilletez les magazines féminins, regardez avec attention les looks des stars, notamment américaines, qui annoncent souvent les nouveautés qui vont arriver en Europe quelques mois plus tard» suggère Emmanuelle Muso. Cela vous laisse le temps de vous exercer, de trouver le matériel adéquat ou les bonnes couleurs auprès des marques distributrices, elles aussi toujours en première ligne pour capter les tendances.

Et vous pourrez ainsi, tout au long de l'année, proposer des prestations inédites qui séduiront votre clientèle : une nouvelle «French» , un effet mat ou «crakle», le bijou de l'été, etc. Beaucoup de vos clientes ne résisteront pas au plaisir de ces découvertes qui pimentent leur quotidien tout en restant abordables. Ces animations régulières ont également l'avantage de doper la vente de produits, un revenu supplémentaire essentiel au chiffre d'affaires, et qui permet de garder un niveau de prix raisonnable sur les prestations de base. Ayez toujours un petit stock avec les derniers coloris, les soins et des fantaisies faciles à poser soi-même. Placés dans l'axe du regard quand une cliente est en soin, ils suscitent souvent un désir d'achat ! Enfin, l'innovation passe aussi par l'apprentissage de nouvelles méthodes et de machines. Des investissements en temps et en argent qui ne sont pas négligeables comme nous le verrons ensuite.

LA FORMATION : SOYEZ AU TOP EN PERMANENCE

Qui dit bar à ongles, dit souvent prestations express, en tout cas lors d'un premier contact avec votre cliente. Cela signifie que vous n'avez que quelques minutes pour faire la preuve de votre savoirfaire ! D'où l'importance de ne négliger ni votre formation initiale de prothésiste ongulaire, ni les formations que vous aurez à envisager par la suite pour maîtriser les nouvelles techniques. Car, comme ce secteur est en plein essor et que les innovations ne manquent pas, vous n'aurez sûrement pas envie de vous arrêter en si bon chemin.

Techniques de nail art, réalisation de décors à l'eye-liner, pose de «wraps» (sorte de petits autocollants qui permettent de réaliser une French impeccable) ou utilisation de l'air brush,... Il existe de multiples possibilités pour diversifier votre proposition et améliorer le chiffre d'affaires de votre activité mais qui exige là encore d'être systématiquement bien formée et d'investir dans du matériel. Le conseil de nos spécialistes : ne pas foncer sur la dernière innovation en date mais gérer vos investissements en fonction du style de votre clientèle. Vous aurez la garantie de les rentabiliser plus facilement.

Il y a en effet moins d'urgence à proposer des décors d'ongles réalisés manuellement ou à l'aide d'une machine si les demandes de vos clientes vont en majorité vers des prestations plus classiques mais non moins techniques comme le gel UV et la French permanente par exemple. Ce qui ne vous empêche pas, bien au contraire, de diffuser de nouvelles idées et de sauter le pas quand vous sentirez vos clientes prêtes pour de nouvelles fantaisies ongulaires !

L'ORGANISATION : RAPIDITÉ, CONVIVIALITÉ ET PRIX BIEN ÉTUDIÉS

La principale difficulté dans la gestion d'un bar à ongles, c'est l'agenda ou plus exactement, l'absence partielle d'agenda. Car souvenez-vous, le principe du bar à ongles made in USA, c'est d'offrir aux femmes, dont l'emploi du temps est souvent surchargé, l'opportunité de profiter d'une demi-heure de battement pour s'offrir un moment de beauté. Ce qui vous oblige à une vraie gymnastique quotidienne pour satisfaire leurs demandes. L'idéal selon Monique Kraemer, c'est d'être au moins deux à exercer pour pouvoir jongler avec l'afflux de clientes, ou tout du moins avoir une personne en renfort les jours et les heures généralement plus actifs, ce qui vous évitera de refuser trop de clientes.

Pour améliorer votre organisation, étudiez une semaine type avec ses creux et ses pics d'activité. Essayez ensuite de fixer des rendez-vous pour les prestations les plus longues, et si possible pendant les périodes creuses. Ces aménagements, accompagnés de petites attentions, comme un fauteuil confortable pour attendre avec un café ou un thé et des magazines récents, feront mieux passer l'attente. Serena, styliste ongulaire dans son mini bar «Ongle Star» a aussi pris l'habitude d'offrir aux clientes qui en ont envie, de patienter en plongeant leurs pieds dans un thalasso pieds massant et délassant ! Côté prix, pas de recette unique, tout dépend de votre clientèle.

Une pose de gel UV peut ainsi se facturer du simple au double selon les endroits. Un conseil toutefois : ne dévalorisez pas les prestations qui demandent du temps et un vrai savoir-faire, mais pensez aussi à proposer dans votre carte, des «services d'appel» à petits prix qui donnent envie d'entrer dans votre institut. Et surtout, n'oubliez jamais d'afficher vos prix bien en évidence et de façon claire, une démarche

que les clientes apprécient toujours et qui bien souvent, décide les plus timides à entrer.

Avez-vous le bon profil ?

Cette nouvelle profession de beauté vous tente mais êtes-vous vraiment faite pour cela ? Pour le savoir, répondez par oui ou par non à ces dix points. Si vous répondez oui à plus de 5 critères, vous avez de bonnes chances de réussir dans ce secteur.

Vous êtes précise, minutieuse.
Vous aimez le maquillage, les couleurs, la mode.
Rester assise une bonne partie de la journée ne vous dérange pas.
Vous discutez volontiers avec des personnes que vous voyez pour la première fois.
Vous êtes organisée, vous détestez être en retard.
Vous préférez quand les choses vont vite et vous êtes vousmême rapide.
L'hygiène pour vous, c'est important.
On dit souvent que vous êtes gaie et souriante
Vous avez toujours envie d'apprendre.
Vous êtes créative, vous aimez piocher des idées à droite, à gauche.